Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка 3D очков в России

Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: **http://www.drgroup.ru/clients.html**

Наши клиенты, в том числе – крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования **http://www.drgroup.ru/reviews.html**

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – брендов, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения*.

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируем рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение* и *алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними*.

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Рбк, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм 10
Таблицы: 10
Диаграммы: 10
Резюме 12
Глава 1. Методология исследования 13
Объект исследования 13
Цель исследования 13
Задачи исследования 13
Метод сбора и анализа данных 13
Источники получения информации 13
Объем и структура выборки 14
Глава 2. Классификация и основные характеристики 3D очков 15
Анаглифические очки 15
Поляризационные очки 15
Infitec – интерференционные фильтры 15
Затворные 3D очки 15
Активные стереоочки XpanD. 15
Глава 3. Объем и темпы роста рынка 3D очков в России 16
Объем и темпы роста рынка 16
Рынок по брендам 19
Глава 4. Импорт 3D очков в Россию и экспорт 3D очков из России 25
Импорт 25
Импорт 3D очков для кинотеатров для кинотеатров 27
Импорт 3D очков для телевизоров 33
Экспорт 37
Экспорт 3D очков для кинотеатров для кинотеатров 37
Экспорт 3D очков для телевизоров 37
Глава 5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка 3D очков в России. 38
Глава 6. Рейтинг 3D очков для дома и кинотеатра 38
1.EPSON ELPGS01 38
2.MITSUBISHI EY-3DGS-1U 38
3.Xiaomi XGIMI DLP-Link G102L 38
4.BenQ 3D Glasses DGD5 38
5.Philips PTA436/00 38

6.JVC PK-AG1-BE (3D Glasses) 38
7.Dream Vision 3D Glasses Edge 1.2 by Volfoni 38
8.Samsung SSG-5100GB.....38
9.Очки 3D EPSON (ELPGS03) 39
10.Palmexx 3D-PX-200-PLUS 39

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 24 таблицы и 12 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка 3D очков в России, шт.
Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка 3D очков в России, тыс. $.
Таблица 3. Объем рынка 3D очков в России по брендам, шт.
Таблица 4. Объем рынка 3D очков в России по брендам, тыс. $.
Таблица 5. Объем импорта 3D очков в Россию, шт.
Таблица 6. Объем импорта 3D очков в Россию, тыс. $.
Таблица 7. Объем импорта 3D очков для кинотеатров в Россию по брендам, шт.
Таблица 8. Объем импорта 3D очков для кинотеатров в Россию по брендам, тыс. $.
Таблица 9. Объем импорта 3D очков для кинотеатров в Россию по странам происхождения, шт.
Таблица 10. Объем импорта 3D очков для кинотеатров в Россию по странам происхождения, тыс.$.
Таблица 11. Объем импорта 3D очков для телевизоров в Россию по брендам, шт.
Таблица 12. Объем импорта 3D очков для телевизоров в Россию по брендам, тыс. $.
Таблица 13. Объем импорта 3D очков для телевизоров в Россию по странам происхождения, шт.
Таблица 14. Объем импорта 3D очков для телевизоров в Россию по странам происхождения, тыс.$.
Таблица 15. Объем экспорта 3D очков из России, шт.
Таблица 16. Объем экспорта 3D очков из России, тыс. $.
Таблица 17. Объем экспорта 3D очков для кинотеатров из России по брендам, шт.
Таблица 18. Объем экспорта 3D очков для кинотеатров из России по брендам, тыс. $.
Таблица 19. Объем экспорта 3D очков для кинотеатров в Россию по странам назначения, шт.
Таблица 20. Объем экспорта 3D очков для кинотеатров в Россию по странам назначения, тыс.$.
Таблица 21. Объем экспорта 3D очков для телевизоров из России по брендам, шт.
Таблица 22. Объем экспорта 3D очков для телевизоров из России по брендам, тыс. $.
Таблица 23. Объем экспорта 3D очков для телевизоров в Россию по странам назначения, шт.
Таблица 24. Объем экспорта 3D очков для телевизоров в Россию по странам назначения, тыс.$.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка 3D очков в России в натуральном выражении, %.
Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка 3D очков в России в стоимостном выражении, %.
Диаграмма 3. Доли брендов рынка 3D очков в России, % от объема рынка в натуральном выражении.
Диаграмма 4. Доли брендов рынка 3D очков в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.
Диаграмма 5. Объем и темп прироста импорта 3D очков в Россию, шт.
Диаграмма 6. Объем и темп прироста импорта 3D очков в Россию, тыс. $.
Диаграмма 7. Доли брендов 3D очков для кинотеатров в объеме импорта, % от натурального объема.
Диаграмма 8. Доли брендов 3D очков для кинотеатров в объеме импорта, % от стоимостного объема.

Диаграмма 9. Доли брендов 3D очков для телевизоров в объеме импорта, % от натурального объема.
Диаграмма 10. Доли брендов 3D очков для телевизоров в объеме импорта, % от стоимостного объема.
Диаграмма 11. Объем и темп прироста экспорта 3D очков из России, шт.
Диаграмма 12. Объем и темп прироста экспорта 3D очков из России, тыс. $.

Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка 3D очков в России.

Объем рынка 3D очков в России в 2019 г. составил 6 659 716 шт.

Объем импорта 3D очков в Россию в 2019 г. составил $ 1 637,3 тыс. Наибольшую долю импорта 3D очков в 2019 г. занял Китай.

Наибольшую долю импорта 3D очков в 2019 г. заняли производители: HCBL, REAL D, UNIPOLAR, GETD и IMAX.

Объем экспорта 3D очков из России в 2019 г. составил 11 шт. Наибольшую долю экспорта 3D очков в 2019 г. заняли Узбекистан и Украина.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок 3D очков в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка.

Задачи исследования

1. Объем, темпы роста и динамика развития рынка 3D очков в России.
2. Объем и темпы роста производства 3D очков в России.
3. Объем импорта в Россию и экспорта из России 3D очков.
4. Рыночные доли брендов на рынке 3D очков в России.
5. Конкурентная ситуация на рынке 3D очков в России.
6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка 3D очков в России.
7. Финансово-хозяйственная деятельность участников рынка 3D очков в России.

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке 3D очков и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.

4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России 3D очков.** База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта
2. Группа продукта
3. Бренд
4. Бренд
5. Год импорта/экспорта
6. Месяц импорта/экспорта
7. Компании получатели и отправители товара
8. Страны получатели, отправители и производители товара
9. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
10. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

Глава 2. Классификация и основные характеристики 3D очков

3D очки – вспомогательные устройства, благодаря которым создаётся иллюзия объёмности стереоизображения. Если говорить конкретнее, то стереоочки – это, как правило, устройства, которые разбивают стереопару на два изображения, каждое из которых видимо только для одного глаза. Благодаря бинокулярности человеческого зрения, а в случае с активными очками, и эффекту инерции зрения, возникает весьма достоверная иллюзия объёмности просматриваемого изображения.

На сегодняшний день существует три различные технологии трехмерного изображения:

- Анаглифная;
- Поляризационная (пассивные 3D очки);
- Активная (активные 3D очки).

Анаглифические очки

…….

Поляризационные очки

……..

Infitec – интерференционные фильтры

……

Затворные 3D очки

…….

Активные стереоочки XpanD.

……..

Глава 3. Объем и темпы роста рынка 3D очков в России

Объем и темпы роста рынка

Объем рынка рассчитан по формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт = объем рынка). Для расчета объема производства использовались официальные данные ФСГС РФ, а также данные компаний-брендов. Для расчета объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ (с последующей обработкой на уровне товарных категорий, групп, брендов и брендов).

Показатели объема рынка и производства рассчитаны в ценах брендов изучаемых в исследовании периодов времени (год, полугодие, квартал или месяц). Все цены выражены в долларах США.

Показатели объема импорта и экспорта рассчитаны в ценах ФТС РФ в долларах США (в ценах поставки товаров по информации в декларациях)

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка 3D очков в России в 2018 г. был равен …… шт. В 2019 г. этот показатель вырос и составил …… шт.

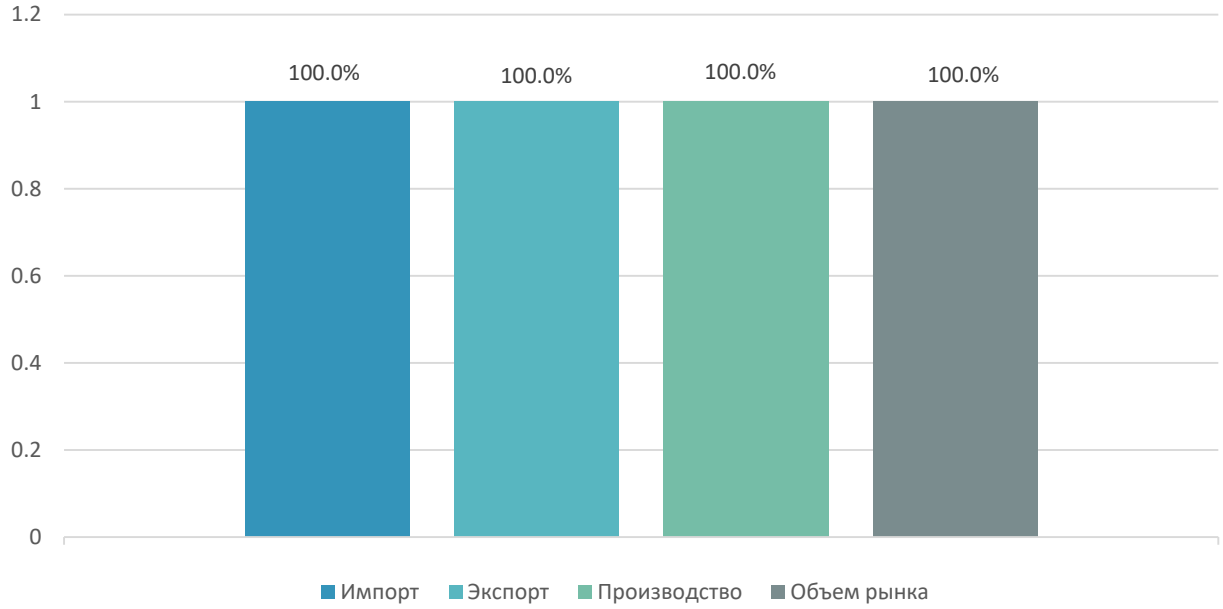
Темп прироста в 2019 г. составил …… % от натурального объема рынка.

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка 3D очков в России в 2015-2019 гг., шт.

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Импорт					
Экспорт					
Производство					
Рынок					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка 3D очков в России в 2019 г. в натуральном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка 3D очков в России в 2018 г. был равен $ …… тыс. В 2019 г. этот показатель снизился и составил $ …… тыс.

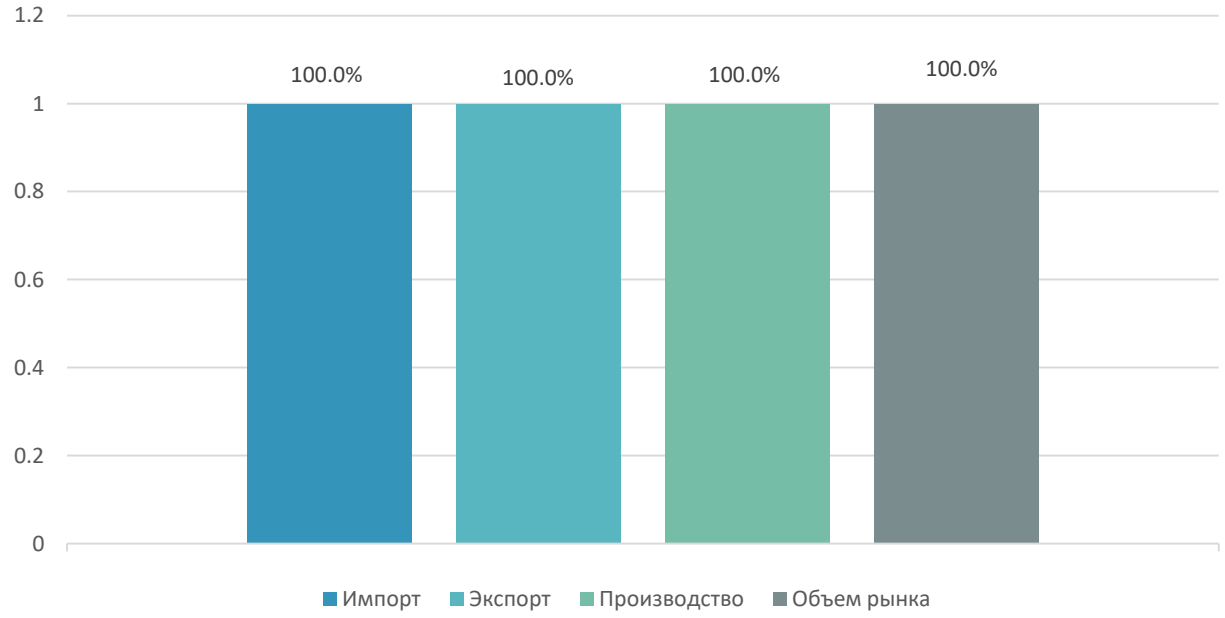
Темп прироста составил …… % от стоимостного объема рынка.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка 3D очков в России в 2015-2019 гг., тыс. $.

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Импорт					
Экспорт					
Производство					
Рынок					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка 3D очков в России в 2019 г. в стоимостном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Рынок по брендам

Наибольшую долю рынка 3D очков в 2019 г. занял бренд ……. Его доля составила …… % натуральном выражении. На втором месте …… с …… %. В тройку лидеров также входит бренд ……. Его доля в 2019 года составила …… % от натурального объема рынка.

Наибольшую долю рынка 3D очков в 2019 г. занял бренд ……. Его доля составила …… % стоимостном выражении. На втором месте …… с …… %. В тройку лидеров также входит бренд ……. Его доля в 2019 года составила …… % от стоимостного объема рынка.

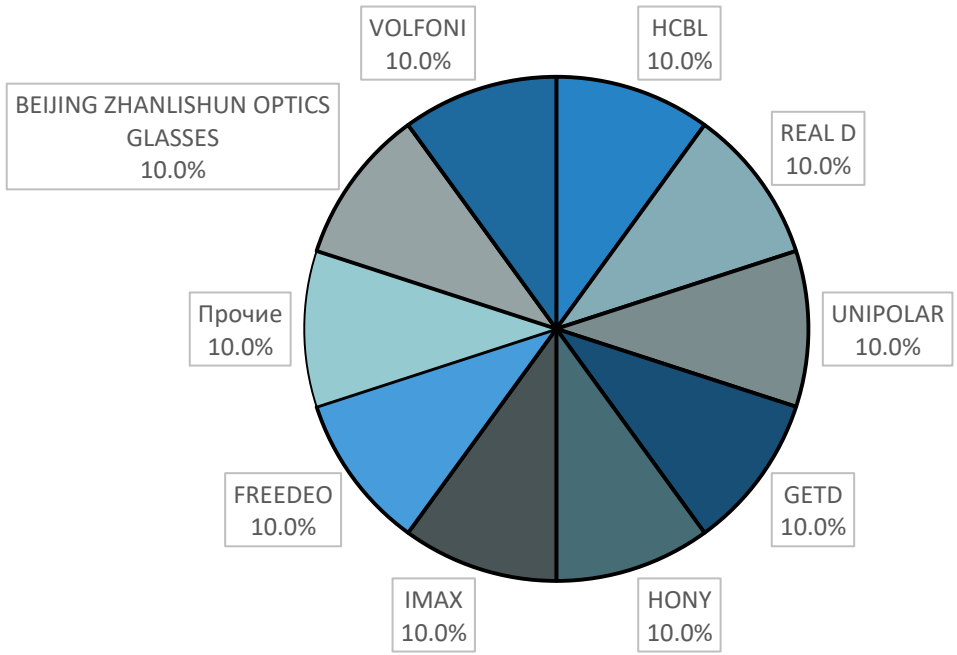
Таблица 3. Объем рынка 3D очков в России по брендам в 2015- 2019 гг., шт.

Бренд	2015				2016				2017				2018				2019			
	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК
BEIJING ZHANLISHUN OPTICS GLASSES																				
BENQ																				
BESTWAY																				
DAVINES																				
DOLBY																				
EPSON																				
FREEDEO																				
GETD																				
GOERTEK																				
HCBL																				
HILTI																				
HONY																				
IMAX																				
JIANGSU ESEN OPTOELECTRONICS TECHNO																				
JIANGXI HENGHUI OPTICAL																				

LESHI																			
LG																			
LIVIANA CONTI																			
LOOK 3D																			
MASTERIMAGE																			
NAVIMA																			
OPTOMA																			
PANASONIC																			
PHILIPP PLEIN																			
REAL D																			
SAMSUNG																			
SERVEONE																			
SONY																			
UNIPOLAR																			
VICTORY INFLIGHT & TRAVEL ACCESSORY																			
VIVITEK																			
VOLFONI																			
X-PAND																			
YING DE BEST TOP TOYS																			
YUANLI TOYS																			
Прочие																			
Итого:																			

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 3. Доли брендов рынка 3D очков в России в 2019 г., % от объема рынка в натуральном выражении.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

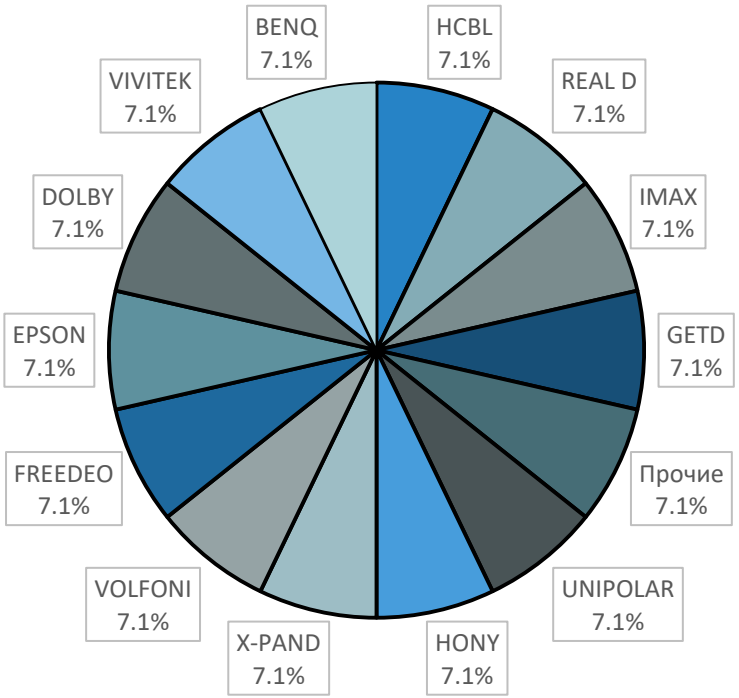
Таблица 4. Объем рынка 3D очков в России по брендам в 2015- 2019 гг., тыс. $.

Бренд	2015				2016				2017				2018				2019			
	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК
BEIJING ZHANLISHUN OPTICS GLASSES																				
BENQ																				
BESTWAY																				
DAVINES																				
DOLBY																				
EPSON																				
FREEDEO																				
GETD																				
GOERTEK																				
HCBL																				
HILTI																				
HONY																				
IMAX																				
JIANGSU ESEN OPTOELECTRONICS TECHNO																				
JIANGXI HENGHUI OPTICAL																				
LESHI																				
LG																				
LIVIANA CONTI																				
LOOK 3D																				
MASTERIMAGE																				
NAVIMA																				
OPTOMA																				
PANASONIC																				
PHILIPP PLEIN																				
REAL D																				

SAMSUNG																				
SERVEONE																				
SONY																				
UNIPOLAR																				
VICTORY INFLIGHT & TRAVEL ACCESSORY																				
VIVITEK																				
VOLFONI																				
X-PAND																				
YING DE BEST TOP TOYS																				
YUANLI TOYS																				
Прочие																				
Итого:																				

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 4. Доли брендов рынка 3D очков в России в 2019 г., % от объема рынка в стоимостном выражении.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Глава 4. Импорт 3D очков в Россию и экспорт 3D очков из России

Импорт

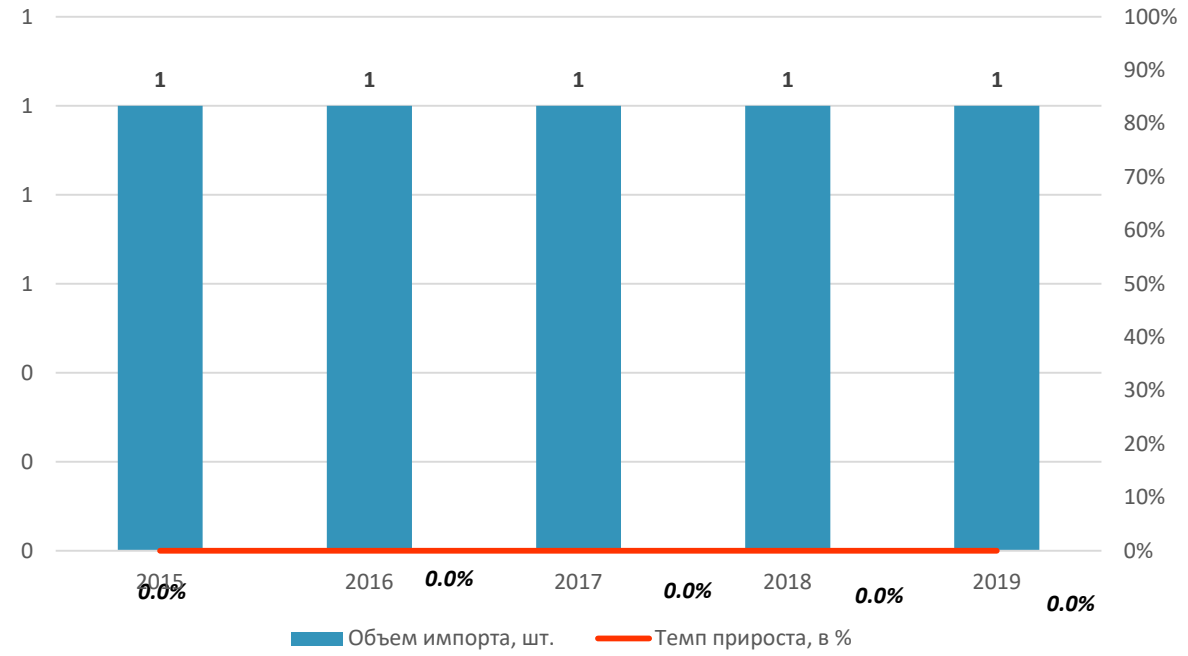
Объем импорта 3D очков в Россию в 2017 г. составил …… шт. Темп прироста в 2018 г. был равен …… %. В 2019 г. объем импорта составил …… шт. Темп прироста в 2019 г. был равен …… %.

Таблица 5. Объем импорта 3D очков в Россию в 2015-2019 гг., шт.

Сегмент	2015	2016	2017	2018	2019
3D очки для кинотеатров					
3D очки для телевизоров					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 5. Объем и темп прироста импорта 3D очков в Россию в 2015-2019 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

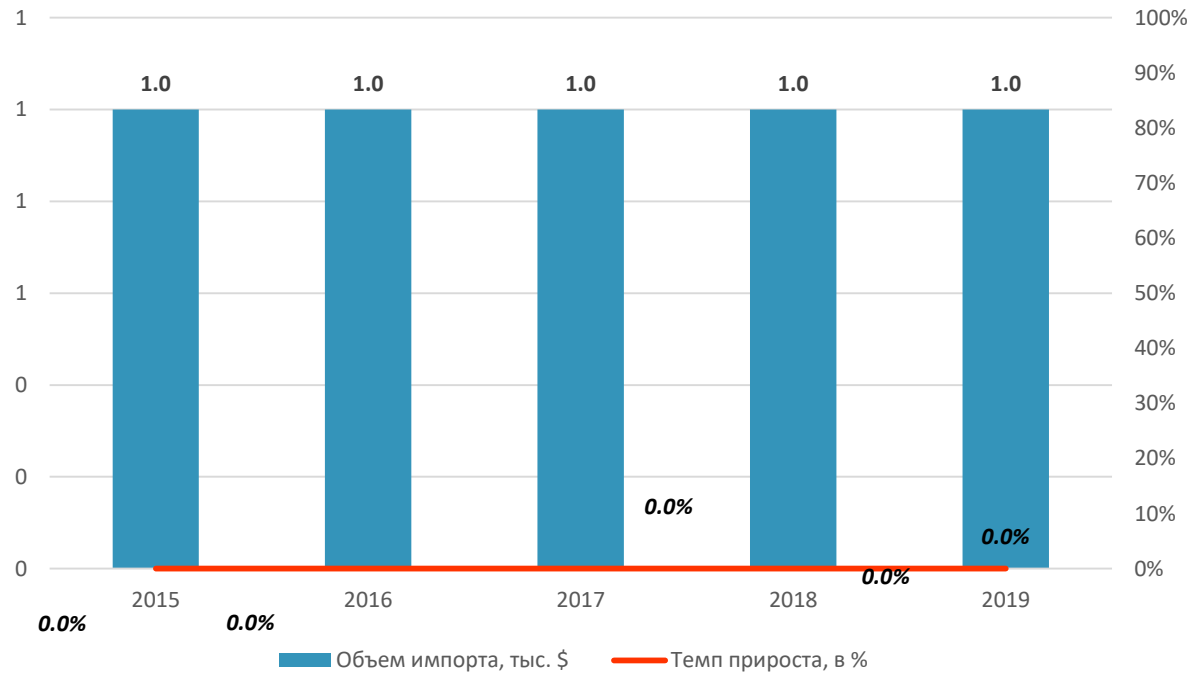
Объем импорта 3D очков в Россию в 2017 г. составил $ …… тыс. Темп прироста в 2018 г. был равен …… %. В 2019 г. объем импорта составил $ …… тыс. Темп прироста в 2019 г. был равен …… %.

Таблица 6. Объем импорта 3D очков в Россию в 2015-2019 гг., тыс. $.

Сегмент	2015	2016	2017	2018	2019
3D очки для кинотеатров					
3D очки для телевизоров					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 6. Объем и темп прироста импорта 3D очков в Россию в 2015-2019 гг., тыс. $.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Импорт 3D очков для кинотеатров для кинотеатров

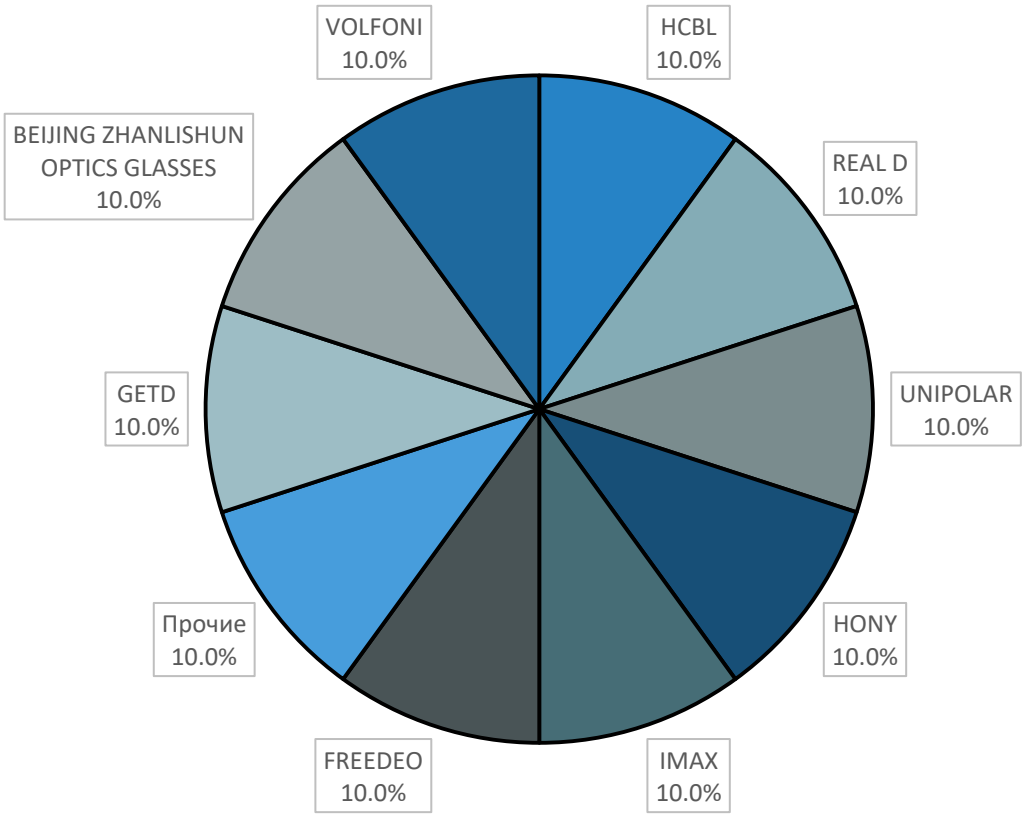
Таблица 7. Объем импорта 3D очков для кинотеатров в Россию в 2015-2019 гг. по брендам, шт.

Бренд	2015	2016	2017	2018	2019
BEIJING ZHANLISHUN OPTICS GLASSES					
BENQ					
BESTWAY					
DAVINES					
DOLBY					
EPSON					
FREEDEO					
GETD					
HCBL					
HILTI					
HONY					
IMAX					
JIANGXI HENGHUI OPTICAL					
LESHI					
LIVIANA CONTI					
LOOK 3D					
MASTERIMAGE					
NAVIMA					
OPTOMA					
PHILIPP PLEIN					
REAL D					
UNIPOLAR					
VICTORY INFLIGHT & TRAVEL ACCESSORY					
VOLFONI					
X-PAND					
YING DE BEST TOP TOYS					
YUANLI TOYS					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта 3D очков для кинотеатров в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд ……. Его доля составила …… % от натурального объема. На втором месте …… с …… %. В тройку лидеров также входит бренд ……. Его доля в 2019 года составила …… % от натурального объема импорта.

Диаграмма 7. Доли брендов 3D очков для кинотеатров в объеме импорта в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

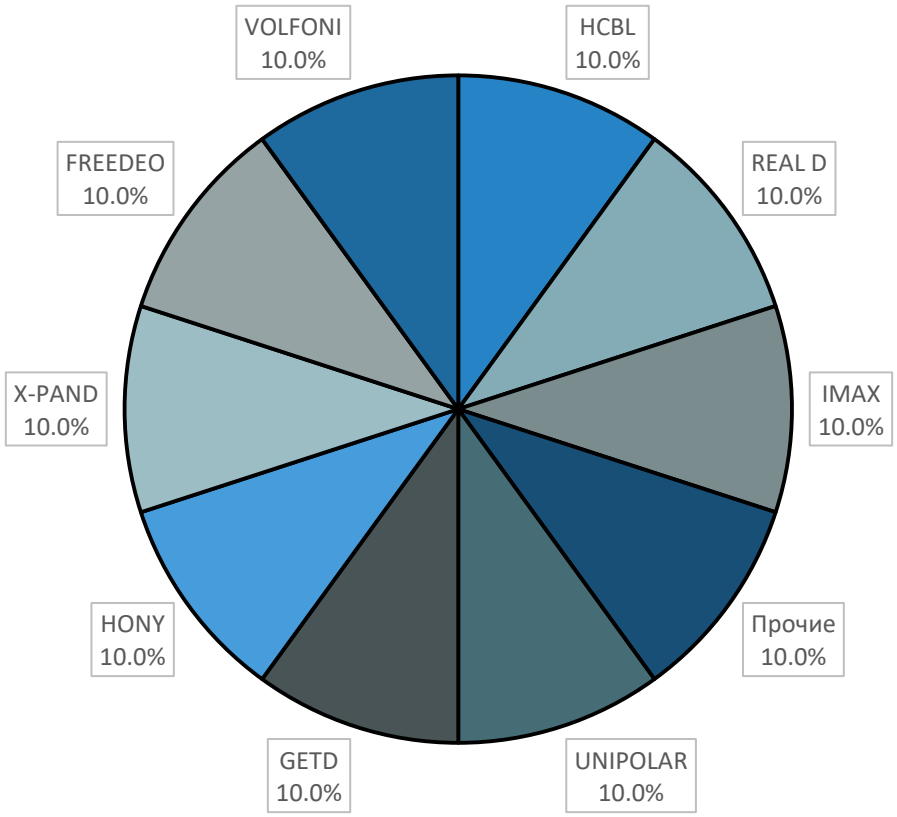
Таблица 8. Объем импорта 3D очков для кинотеатров в Россию в 2015-2019 гг. по брендам, тыс. $.

Бренд	2015	2016	2017	2018	2019
BEIJING ZHANLISHUN OPTICS GLASSES					
BENQ					
BESTWAY					
DAVINES					
DOLBY					
EPSON					
FREEDEO					
GETD					
HCBL					
HILTI					
HONY					
IMAX					
JIANGXI HENGHUI OPTICAL					
LESHI					
LIVIANA CONTI					
LOOK 3D					
MASTERIMAGE					
NAVIMA					
OPTOMA					
PHILIPP PLEIN					
REAL D					
UNIPOLAR					
VICTORY INFLIGHT & TRAVEL ACCESSORY					
VOLFONI					
X-PAND					
YING DE BEST TOP TOYS					
YUANLI TOYS					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта 3D очков для кинотеатров в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд ……. Его доля составила …… % от стоимостного объема. На втором месте …… с …… %. В тройку лидеров также входит бренд ……. Его доля в 2019 года составила …… % от стоимостного объема импорта.

Диаграмма 8. Доли брендов 3D очков для кинотеатров в объеме импорта в 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта 3D очков для кинотеатров в 2019 г. занял ……. Его доля составила …… % в натуральном и …… % в стоимостном выражениях.

Таблица 9. Объем импорта 3D очков для кинотеатров в Россию в 2015-2019 гг. по странам происхождения, шт.

Страна	2015	2016	2017	2018	2019
БЕЛЬГИЯ					
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ					
ВЬЕТНАМ					
ГЕРМАНИЯ					
ГОНКОНГ					
ДАНИЯ					
ИРЛАНДИЯ					
ИСПАНИЯ					
ИТАЛИЯ					
КАНАДА					
КИПР					
КИТАЙ					
КОРЕЯ ЮЖНАЯ					
ЛАТВИЯ					
ЛИТВА					
МАЛАЙЗИЯ					
НИДЕРЛАНДЫ					
ПОЛЬША					
СЛОВЕНИЯ					
США					
ТАИЛАНД					
ТАЙВАНЬ					
УКРАИНА					
ФИЛИППИНЫ					
ФИНЛЯНДИЯ					
ФРАНЦИЯ					
ЭСТОНИЯ					
ЯПОНИЯ					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Таблица 10. Объем импорта 3D очков для кинотеатров в Россию в 2015-2019 гг. по странам происхождения, тыс.$.

Страна	2015	2016	2017	2018	2019
БЕЛЬГИЯ					
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ					
ВЬЕТНАМ					
ГЕРМАНИЯ					
ГОНКОНГ					
ДАНИЯ					
ИРЛАНДИЯ					
ИСПАНИЯ					
ИТАЛИЯ					
КАНАДА					
КИПР					
КИТАЙ					
КОРЕЯ ЮЖНАЯ					
ЛАТВИЯ					
ЛИТВА					
МАЛАЙЗИЯ					
НИДЕРЛАНДЫ					
ПОЛЬША					
СЛОВЕНИЯ					
США					
ТАИЛАНД					
ТАЙВАНЬ					
УКРАИНА					
ФИЛИППИНЫ					
ФИНЛЯНДИЯ					
ФРАНЦИЯ					
ЭСТОНИЯ					
ЯПОНИЯ					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Импорт 3D очков для телевизоров

Таблица 11. Объем импорта 3D очков для телевизоров в Россию в 2015-2019 гг. по брендам, шт.

Бренд	2015	2016	2017	2018	2019
BEIJING ZHANLISHUN OPTICS GLASSES					
BENQ					
GETD					
GOERTEK					
HCBL					
JIANGSU ESEN OPTOELECTRONICS TECHNO					
LG					
PANASONIC					
SAMSUNG					
SERVEONE					
SONY					
UNIPOLAR					
VIVITEK					
VOLFONI					
X-PAND					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

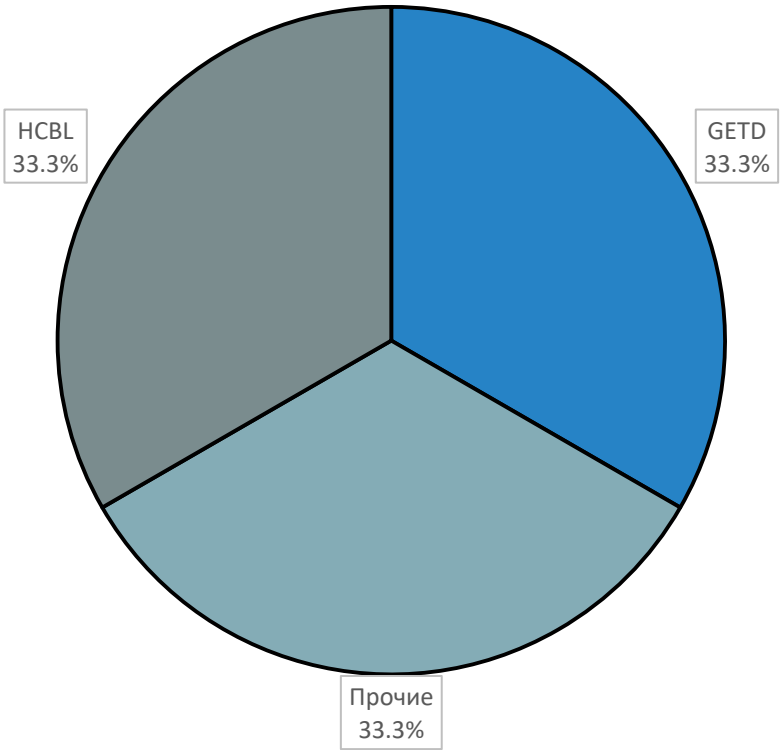
Таблица 12. Объем импорта 3D очков для телевизоров в Россию в 2015-2019 гг. по брендам, тыс. $.

Бренд	2015	2016	2017	2018	2019
BEIJING ZHANLISHUN OPTICS GLASSES					
BENQ					
GETD					
GOERTEK					
HCBL					
JIANGSU ESEN OPTOELECTRONICS TECHNO					
LG					
PANASONIC					
SAMSUNG					
SERVEONE					
SONY					
UNIPOLAR					
VIVITEK					
VOLFONI					
X-PAND					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта 3D очков для телевизоров в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд ……. Его доля составила …… % от натурального объема.

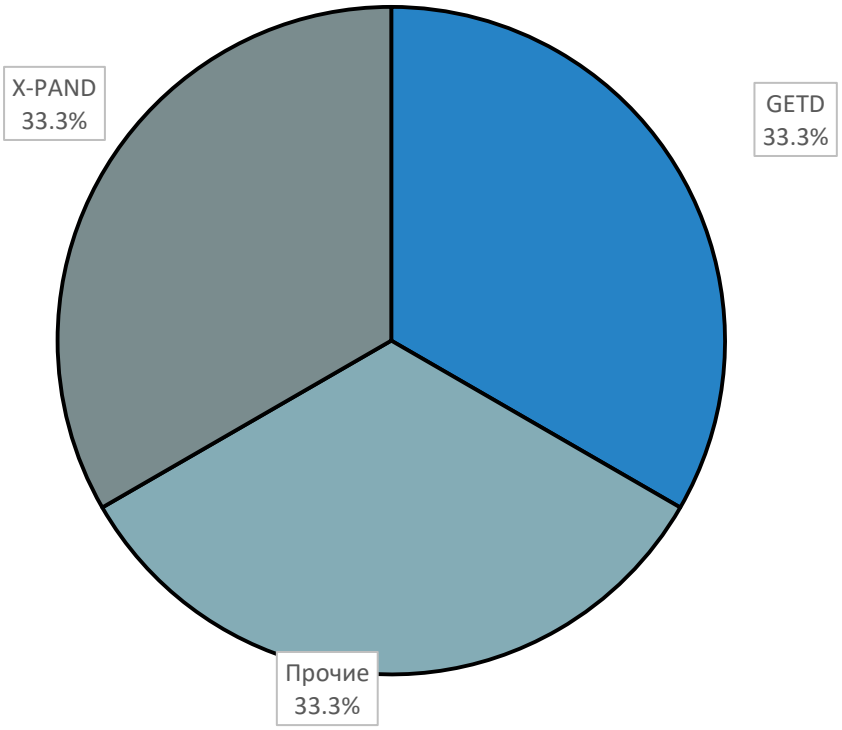
Диаграмма 9. Доли брендов 3D очков для телевизоров в объеме импорта в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта 3D очков для телевизоров в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд ……. Его доля составила …… % от стоимостного объема.

Диаграмма 10. Доли брендов 3D очков для телевизоров в объеме импорта в 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта 3D очков для телевизоров в 2019 г. занял ……. Его доля составила …… % в натуральном и …… % в стоимостном выражениях.

Таблица 13. Объем импорта 3D очков для телевизоров в Россию в 2015-2019 гг. по странам происхождения, шт.

Страна	2015	2016	2017	2018	2019
БЕЛЬГИЯ					
ВЬЕТНАМ					
ГЕРМАНИЯ					
ГОНКОНГ					
КИПР					
КИТАЙ					
КОРЕЯ ЮЖНАЯ					
ЛАТВИЯ					
ЛИТВА					
МАЛАЙЗИЯ					
НИДЕРЛАНДЫ					
ОБЪЕДИНЕННЫЕ АРАБСКИЕ ЭМИРАТЫ					
ПОЛЬША					
СИНГАПУР					
СЛОВАКИЯ					
СЛОВЕНИЯ					
США					
УКРАИНА					
ФИНЛЯНДИЯ					
ЧЕХИЯ					
ЯПОНИЯ					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Таблица 14. Объем импорта 3D очков для телевизоров в Россию в 2015-2019 гг. по странам происхождения, тыс.$.

Страна	2015	2016	2017	2018	2019
БЕЛЬГИЯ					
ВЬЕТНАМ					
ГЕРМАНИЯ					
ГОНКОНГ					
КИПР					
КИТАЙ					
КОРЕЯ ЮЖНАЯ					
ЛАТВИЯ					
ЛИТВА					
МАЛАЙЗИЯ					
НИДЕРЛАНДЫ					
ОБЪЕДИНЕННЫЕ АРАБСКИЕ ЭМИРАТЫ					
ПОЛЬША					
СИНГАПУР					
СЛОВАКИЯ					
СЛОВЕНИЯ					
США					
УКРАИНА					
ФИНЛЯНДИЯ					
ЧЕХИЯ					
ЯПОНИЯ					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Экспорт

.....

Экспорт 3D очков для кинотеатров для кинотеатров

.....

Экспорт 3D очков для телевизоров

.....

Глава 5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка 3D очков в России.

Практически ежедневно в стране фиксируют рекорды по заболеваемости или смертности. И хотя президент объявил, что карантина как весной 2020 г. больше не будет, в регионах уже начали ограничивать работу баров, ресторанов и других мест для развлечения. Владельцы кинотеатров опасаются, что именно они следующие на очереди, а индустрия уже не переживет повторного локдауна.

…….

Глава 6. Рейтинг 3D очков для дома и кинотеатра

Ниже представлен рейтинг ТОП-10 лучших моделей 3D очков.

1.EPSON ELPGS01

……..

2.MITSUBISHI EY-3DGS-1U

……..

3.Xiaomi XGIMI DLP-Link G102L

……..

4.BenQ 3D Glasses DGD5

……..

5.Philips PTA436/00

……..

6.JVC PK-AG1-BE (3D Glasses)

……..

7.Dream Vision 3D Glasses Edge 1.2 by Volfoni

……..

8.Samsung SSG-5100GB

……..

9.Очки 3D EPSON (ELPGS03)

……..

10.Palmexx 3D-PX-200-PLUS

……..

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

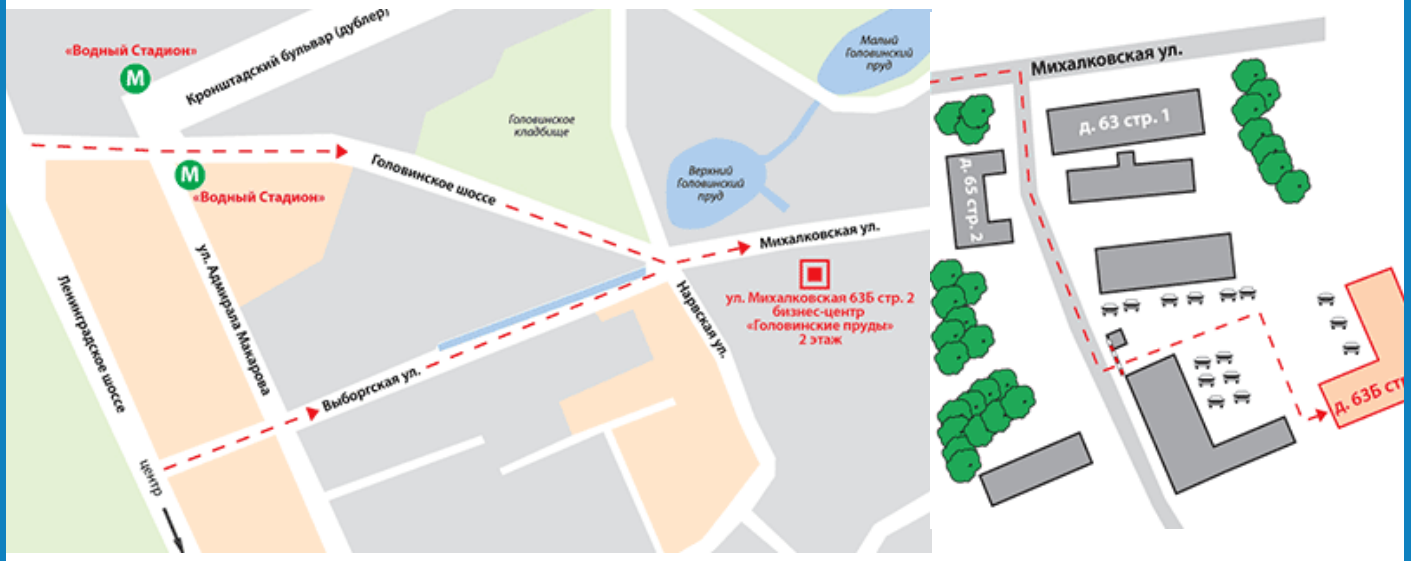



Схема проезда